
Inhaltsverzeichnis

Universitätsbibliothek
Duisburg-Essen *huc*

VORWORT	5
I ENTGRENZUNG DER WISSENSCHAFTLICHEN WEITERBILDUNG	
THOMAS COTTIER	7
Die Auswirkungen des GATS auf die Weiterbildung an Hochschulen	
ALEXANDER BRUNS	17
Das GATS-Abkommen und potenzielle Folgen für den Hochschulbereich	
MAJA WICKI-VOGT	27
Die Krise des Bildungsbegriffs – Über die Rolle der Skepsis	
ERICH SCHÄFER	38
Die Integration der wissenschaftlichen Weiterbildung und der Bologna-Kontext	
KLAUS BREDL, DANIELA HOLZER, WOLFGANG JÜTTE, ERICH SCHÄFER, AXEL SCHILLING	57
Analyse der Entwicklung wissenschaftlicher Weiterbildung im Rahmen des Bologna-Prozesses – Ergebnisse einer trinationalen Studie	
MICHEL FEUTRIE UND INA GRIEB (ÜBERSETZUNG: SONJA MOREAU)	66
Die lebenslange wissenschaftliche Weiterbildung und der Bologna-Prozess – neue Herausforderungen für die Universitäten in Europa	
HASMIK HUNANYAN	76
Armenia towards Bologna Process and Lifelong Learning	
II PROFIL GEWINNEN	
NICOLE POHL	84
Nachfrageorientierung in der wissenschaftlichen Weiterbildung	
SIGRID MATZICK UND ULRIKE SCHMOLLINGER	91
Zugang zum Weiterbildenden Master – Auswahl als Herausforderung für Hochschulen und Studieninteressierte	
HANS-RUDOLF FREY	102
Profilbildung in der universitären Weiterbildung: ein Klassifikationsversuch	
ALEXANDRA MÜLLER UND CRISPIN HUGENSCHMIDT	114
Stellenwert und Struktur von kurzen Weiterbildungsstudiengängen (Certificate of Advanced Studies) in der Hochschullandschaft Schweiz	
MICHAELA KNUST	120
Wissenschaftliche Weiterbildung im System des lebensbegleitenden Lernens. Abstimmung zwischen den Programmen verschiedener Lernphasen	

THOMAS MATTES UND ERICH BARTHEL	134
Kompetenzanrechnung auf Hochschulstudiengänge – Möglichkeiten und Voraussetzungen	
GUNTER GOMILLE	144
Hindernislauf Weiterbildung: Empirische Untersuchung über den Stellenwert wissenschaftlicher Weiterbildung und ihre Differenzierung innerhalb der Hochschule	
III NACHGEFRAGT	
ULRICH MÜLLER UND HELMUT KELLER	154
Wa(h)re Bildung? Bildungsmanagement zwischen subjektorientiertem Lernen und ökonomischen Verwertungsinteressen	
MARTIN LIECHTI	161
Ist „echte“ Bildung marktfähig? Bildungsverständnis und Erfolgchancen in der universitären Weiterbildung auf dem Höhepunkt der Bologna-Reform	
BURKHARD LEHMANN	170
Vom Bildungs- zum Servicemanagement	
PETER TH. SENN UND HELMUT ERTEL	188
Weiterbildungsmanagement: vom Führungsmodell zum Kompetenzprofil	
IV FOCUSSIERUNG DER WEITERBILDUNGSPROGRAMME	
BEATE HÖRR	196
Zielgruppe der Zukunft!? Berufliche Weiterbildung für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer	
UTE WEGMANN	211
Das IMC Master Program – ein Beispiel einer postgradualen universitären Ausbildung im Bereich der oralen Medizin	
FELIZITAS SAGEBIEL UND JENNIFER DAHMEN	218
Abschlussorientierung, Desintegration und Nützlichkeitsorientierung als neue Entwicklungstendenzen in der wissenschaftlichen Weiterbildung für Ältere	
SUSANNE KRAFT UND CAROLIN BALLWEG	229
Wissenschaftliche Weiterbildungsangebote für Weiterbildner/innen	
MICHAEL M. ROTH	232
Der Studiengang MA Pädagogik an der Alanus Hochschule – Persönlichkeitskompetenz in der wissenschaftlichen Weiterbildung	

MAGDALENE MALWITZ-SCHÜTTE	245
Chancen und Risiken in der wissenschaftlichen Weiterbildung älterer Erwachsener an Universitäten und Hochschulen zwischen „Demographischem Wandel“ und „Bologna-Prozess“ (am Beispiel von STUDIEREN AB 50 an der Universität Bielefeld)	
ANKE GROTLÜSCHEN, LENA SETZEPFAND, ROBERT FÖRSTERLING	257
Wissenschaft und Öffentlichkeit – ein Dialog über Forschung im Projekt „Knochen kommt zum Hund“	
ELISABETH QUENDLERL UND JOSEF BOXBERGER	265
Aus- und Weiterbildung von Land- und Bautechnikberatern in Bayern	
VERONIKA STRITTMATTER-HAUBOLD	276
Kulturverständnis in der wissenschaftlichen Weiterbildung und Kompetenzentwicklung	
V ENT-GELTUNG DER WEITERBILDUNGSTEILHABE	
ISABELL BRAUMANDL, MARLENE HÄCKL, BIRGIT DIRSCHERL, MICHAEL KUHRTS	288
Strategiewechsel und Auswirkungen auf die Finanzierung und Organisation wissenschaftlicher Weiterbildung am Beispiel des Zentrums für Weiterbildung der Universität Regensburg	
ANDREA SCHENKER-WICKI, FRANK HEINZMANN, MATTHIAS INAUEN	299
Finanzierung der wissenschaftlichen Weiterbildung im Zusammenhang mit berufsbegleitenden Masterprogrammen aus der Universität Zürich	
LILIA MONIKA HIRSCH	315
Bildungsprodukt oder Produkt der Bildung? Preis, Distribution und Kommunikation als Elemente des Weiterbildungsmarketing	
VI AUF DER SUCHE NACH DEM PUBLIKUM	
SIBYLLE PETERS UND FRANZISKA GENGE	326
Individuelles Wissensmanagement von Akteuren in Projektstrukturen. Persönliches Transfermanagement als Ergebnis wissenschaftlicher Weiterbildung	
BARBARA LENZ	338
Eine neue Bildungsakademie geht auf den Markt	
ULRICH VOSSEBEIN	343
Wissenschaftliche Weiterbildung als Marke	
CARLA SIEVERS	353
„Wer nicht wirbt, stirbt!“ Das Handwerkszeug des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit in der wissenschaftlichen Weiterbildung	

ATTILA PAUSITS	363
Beziehungsorientierung in der wissenschaftlichen Weiterbildung	
REGINA BEUTHEL	372
Aufbruch Europa – qualitätsgesicherte Systemübergänge zwischen beruflicher und hochschulischer Bildung	
WOLFGANG BEYWL	378
DGWF-Tagung 2007 evaluiert	
Autorinnen und Autoren	386